

ОБРАЗ ЕАЭС В РОССИЙСКОМ МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

За последние несколько лет «прозападная» в широком смысле слова повестка федеральных и региональных СМИ сменилась на «антизападную», сформировав некий тренд освещения событий, происходящих за рубежом. При этом в центре внимания, как и прежде, остаются страны Европейского Союза и США. Аудитории предлагается внешнеполитическая повестка, будь то выборы в США или конфликт в Сирии. В то время, как события, происходящие в странах Ближнего зарубежья, чаще всего остаются на периферии, либо не освещаются вовсе. Такая ситуация привела к тому, что сегодня население России практически ничего не знает о Евразийском Экономическом Союзе, его деятельности и значении для России, в целом, и для каждого конкретного ее жителя, в частности.

Образ ЕАЭС в сознании аудитории является в лучшем случае противоречивым или размытым, а в худшем – отсутствует вовсе. Руководство России и стран, входящих в ЕАЭС неоднократно утверждало, что данный Союз является ведущим для этих государств. Однако, если взглянуть на сальдо торгового баланса, которое существует между странами ЕАЭС в сравнении с объемами торговых инвестиционных соглашений этих стран с КНР и Евросоюзом, даже с учетом санкционных ограничений, объем взаимоотношений с ЕАЭС будет в 3–4 раза меньше. Предполагается, что руководство стран ЕАЭС считает свой Союз проектом будущего, а значит, что экономические дивиденды можно будет увидеть спустя 10–15 лет. Но если бы это было так, то проект будущего поддерживался бы некоторым идеологическим содержанием и находился бы «в топе» тем для средств массовой информации. Однако, если сравнить количество упоминаний евразийского проекта с другими объединениями, например с ЕС, то мы увидим, что в Российских СМИ за 2016 год было всего 119 000 упоминаний о ЕАЭС и 1 030 000 упоминаний о ЕС (по данным Интерфакса). СНГ упоминается 351 000 раз, хотя этот Союз выполняет исключительно гуманитарную, если не сказать символическую функцию.

Становится ясно, что ЕАЭС не находится в лидерах информационной повестки российских СМИ. Таким образом, можно сказать, что ЕАЭС – скорее, проект прошлого, а не будущего.

Это ностальгический проект государств, в прошлом связанных единой экономикой и идеологией. Со временем, то есть со сменой поколений идея данного образования, вероятно, будет сходиться на «нет». Хотя в Центральной Азии можно увидеть обратную тенденцию: те реальные мероприятия, которые предложил ЕАЭС (упрощение таможенных процедур, смягчение миграционного законодательства) интенсифицировали процесс взаимодействия между странами Центральной Азии и России. Упростился порядок предоставления рабочих мест для граждан стран ЕАЭС на территории России, увеличился поток людей, которые лучше представляют российскую реальность. Кроме того, более доступным стало получение высшего образования на территории РФ, что увеличило количество студентов из стран Центральной Азии.

В России данным процессам не уделяется большого внимания, и, хотя реальные экономические и межнациональные связи крепнут, это не находит отражения в сознании российских граждан. В результате, возникают новые риски: в самой России увеличивается ксенофобия, так как граждане ЕАЭС занимают на российском рынке труда нишу низкоквалифицированных рабочих. Более того, деятельность граждан из Центральной Азии освещается российскими СМИ чаще всего в негативном ключе: это темы, связанные с кражами, насилием и незаконным оборотом наркотиков. Отсутствие обратной тенденции в СМИ формирует у населения России негативный образ представителей стран – участниц ЕАЭС, за исключением Белоруссии.

Игнорирование журналистами тем, связанных с ЕАЭС, и недостаточная профессиональная рефлексия по поводу установленной повестки дня приводит к тому, что аудитория банально недополучает информацию о собственных возможностях, которые дает ЕАЭС. Как уже говорилось ранее, не только федеральные, но и региональные СМИ устанавливают западнцентристскую повестку дня. К примеру, количество упоминаний о Европейском Союзе на телевидении за 2016 год по данным Интерфакса составляет 24 854 раза, в то время как количество упоминаний о Евразийском Союзе – всего лишь 1 791 раз. Стоит учитывать, что основным средством массовой информации в России до сих пор остается телевидение, поэтому среднестатистический зритель и заключает, что ЕС значительно более важен для него, чем ЕАЭС.

Таким образом, можно сделать несколько выводов, касающихся образа ЕАЭС в современном медийном пространстве России.

Во-первых, доля присутствия тем, связанных с этим Союзом несоизмерима мала по сравнению с остальными событиями внешней политики и другими межгосударственными объединениями.

Во-вторых, главы государств – членов Союза лишь декларируют большую значимость данного проекта, но не уделяют этой теме должного внимания в ходе общения со СМИ.

В-третьих, в российском обществе отсутствует интерес к центрально-азиатскому региону, вследствие чего СМИ просто игнорируют множество позитивных тем, связанных с этими странами, хотя все они являются ближайшими соседями России.

Все это еще раз доказывает, что, несмотря на резкую смену курса во внешней политике после событий 2014 года, российские СМИ до сих пор остаются западнцентричными, неважно «прозападными» или «антизападными». Факт состоит в том, что даже на региональном уровне СМИ освещают события, весьма далекие от их региона, вместо того, чтобы работать над сюжетами внутренних дел России и близлежащих государств. Погоня за рейтингами и коммерческим успехом, тенденциозность в освещении тех или иных событий, безусловно, дает возможность СМИ оставаться на плаву и быть востребованными, но это, скорее, тактические ходы, нежели стратегическое видение ситуации, которая в скором времени может кардинально измениться. И вместо войны в Сирии или на

Донбассе Россия может оказаться в зоне конфликта у собственных границ в результате тотального игнорирования процессов, происходящих в Центральной Азии, и деятельности Евразийского Экономического Союза. Такого сценария, безусловно, хотелось бы избежать.

Е. П. Мурашова

ЖИЗНЬ НЕСТОЛИЧНАЯ В «ОБЛАСТНОЙ ГАЗЕТЕ»: ПРОБЛЕМАТИКА, ЖАНРЫ

Тенденция к регионализации российских СМИ, о которой исследователи заговорили в 1990-х годах [1], сегодня только укрепилась. Читатели различных печатных изданий отмечают, что все меньше верят прессе федеральной, но все больше склонны доверять местным журналистам, которые находятся с ними на одной территории и не понаслышке знают о проблемах и достижениях конкретного населенного пункта [2; с. 3]. Естественно, в первую очередь люди обращаются к городским и поселковым газетам. Однако нередко технологический уровень таких СМИ и профессионализм журналистов не велик. Поэтому и рядовым сотрудникам, и управленцам региональных СМИ стоит серьезно задуматься над спецификой подачи местных новостей, чтобы обеспечить хороший тираж, доверие читателей и информационную насыщенность газетных номеров.

Как отмечает Я. Н. Засурский, региональные издания в большинстве случаев распадаются на две категории: газеты для области, рассчитанные в большей степени на сельские населенные пункты и небольшие города в составе области, а также газеты для города – центра субъекта федерации. Основные областные СМИ Свердловской области четко делятся на эти две группы – «Областная газета» в большей мере рассчитана на жителей области (к тому же, ее учредителем является областное правительство), а газета «Уральский рабочий» – на региональный центр (финансово зависит от администрации Екатеринбурга). Поэтому в «Областной газете» с 2012 года есть специальный отдел, который отвечает за взаимодействие с муниципалитетами и муниципальную повестку дня.

Полоса «Земства» (или «Муниципальное самоуправление») раньше выходила в «Областной газете» ежедневно. Сегодня материалы журналистов этого отдела по экономическим причинам нередко приходится совмещать на одной полосе с текстами отдела «Регион» («Политика» и «Экономика»). Однако на планерках полоса заявляется каждый день, и уже по заявке журналистов можно отследить особенности подачи информации из провинции.

Во-первых, полоса должна быть сбалансирована: каждый отдельно взятый текст должен рассказывать о ситуации в отдельном муниципалитете. Исключение – наличие на полосе обзорных, аналитических текстов, где город может лишь фигурировать в числе прочих. Отдельного упоминания требует новый совместный со Свердловским творческим союзом журналистов проект «Вместе»: раз в неделю вместо полосы «Земства» выходит полоса, подготовленная журналистами районной газеты о своем муниципалитете. Поэтому все тексты посвящены одному району, а иногда даже одному городу, но это уже специфика проекта.